

Использование литературно-культурного потенциала в развитии территории региона

Музеи, по выражению М. Б. Пиотровского, — «ДНК нации». Рентабельность такой ДНК невозможно просчитать в количественном отношении. На Западе музеи оцениваются не только по тому, сколько денег они смогли заработать, а с точки зрения практического резонанса, который они имеют в обществе (улучшение качества жизни, решение межэтнических конфликтов, улучшение уровня образования, снятие агрессии и т. д.). Количеством экскурсий, музейных уроков, выставок невозможно подсчитать социальный эффект от деятельности музея. Этот эффект не всегда лежит на поверхности, не приносит мгновенного результата. Во всем мире музей не является институцией, нацеленной на извлечение прибыли. Музей, будучи хранителем прошлого, становится барометром будущего. Музей — один из важнейших гуманитарных институтов *производства смысла*. Перевод символического капитала в реальный практически невозможен. Но осознанное владение и распоряжение символическим капиталом способно породить его конвертацию в другие формы капитала, тем более конвертировать реальный капитал в символический.

В преддверии выборов 2012 г. предлагают создать общественно-политическое движение «Бажовское». Главой этого движения планируют сделать губернатора. Возможно, власть разглядела культурно-литературный потенциал региона и решила использовать его в политических целях. Свою роль в этом сыграла и прошлогодняя история с Бажовским центром. (Инициатором спасения достопримечательного места у дома-музея Бажова от застройки стал наш музей.) Теперь вопрос в том, насколько отразится политическая деятельность на развитии и процветании музея. Формула успешности музея обозначается специалистами в следующих составляющих: количество посетителей, количество упоминаний в прессе. Если новое общественно-политическое движение признает свою родственную связь с творчеством П. П. Бажова, а следовательно, и с его мемориальным музеем, то у нас есть возможность увеличить музейное посещение в разы.

Социально-политическая самоидентификация власти через бажовское творчество в данном случае вполне уместна и логична, поскольку писатель давно является общепризнанным «гением места». Дальнейшее использование художественных образов уральского сказителя на всех уровнях (искусство, политика, коммерция) и продвижение их с использованием административного ресурса позволит через символический капитал привлечь в регион реальный инвестиционный капитал.

Музею важно найти точки соприкосновения с представителями власти и продолжить вписывание музейных стратегий в культурную политику. Фактор наличия гения места в нашем регионе усилит развитие различных форм реализации культурной политики. Необходимо появление смешанных музейных проектов для реализации формулы музейного успеха. Кроме развития имеющихся общемировых брендов (Ночь музеев, Индустриальная биеннале), мы должны работать над созданием и продвижением своих региональных брендов. Имя Бажова в данном случае очень перспективно.

Принято решение о начале строительства Бажовского культурного центра в 2016 г. с тем, чтобы в 2019 г., к 140-летию писателя, он начал активно работать. Но не следует забывать о том, что на сегодняшний день существуют в разной степени реализации и популярности культурные проекты, непосредственно связанные с жизнью и творчеством П. П. Бажова. Например, туристический маршрут «В гости к дедушке Бажову» был разработан музеем «Литературная жизнь Урала XX века» и Екатеринбургским бюро международного туризма «Спутник» и в 2006 г. получил специальный приз конкурса Управления культуры администрации г. Екатеринбурга «Лучший музейный проект года» за совместный творческий проект. Сегодня этот маршрут почти не используется, его нет даже в рекламе на сайте турбюро, и по результатам опроса туроператоров этот маршрут — мало запрашиваемый. На данный момент «Спутник» предлагает 3-часовую экскурсию «П. П. Бажов в Екатеринбурге», которая также мало кого интересует.

В 2009 г. наш музей продвигал в жизнь проект «Сотвори свой Каменный цветок». Был создан передвижной музей П. П. Бажова, который раздвинул рамки музейно-просветительской работы и перешел границы в буквальном смысле слова (передвижной музей П. П. Бажова побывал в итальянском городе Генуя, в Чехии и Словакии). Программа работы передвижного музея позволила провести детский конкурс «Коренная тайность», приуроченный к 130-летию П. П. Бажова. Из этого конкурса вырос новый продолжающийся проект «Коренная тайность.

Современные интерпретации». В Камерном театре был восстановлен спектакль «Каменный цветок», разработан комплекс лекций в музее писателя на родине в Сысерти, открыта виртуальная экскурсия в 3D-формате по дому-музею П. П. Бажова в Екатеринбурге, размещенная в Музее живой книги на сайте Объединенного музея писателей Урала [1]. Проект «Сотвори свой Каменный цветок» музей позиционирует как продолжающийся, и именно в рамках этого проекта мы создаем Бажовский культурный центр. Стратегия выстраивания региона как литературного произведения, связанная с именем Бажова, была бы весьма актуальна и плодотворна. Образ истории России во многом является литературным, и литературный музей должен выйти на сценирование территории и построение региональных сюжетов. Сейчас, применительно к нашему региону, Министерство культуры поручило выработку сценария писателю из другого региона — Алексею Иванову.

Необходимо обратить внимание на имеющийся опыт и созданные проекты с тем, чтобы дать им вторую жизнь. Также следует развивать культурно-экономический потенциал другого гения места — Д. Н. Мамина-Сибиряка. Он — признанный «певец Урала», и в 2012 г. мы будем отмечать 160-летие со дня его рождения.

В мае 2011 г. музей провел Международную научно-практическую конференцию *«Литературный музей в современном мире»*, посвященную 65-летию музея. Музейный проектировщик из Москвы Анна Щербакова говорила в своем выступлении о том, что «нельзя превращать регион в огромный “мемориальный роддом” или совокупность жилых домов, увешанных мемориальными досками». В культурной политике региона «действительность литературных произведений» способна стать не только источником брендов, но и структурообразующим элементом территории.

Литературно-территориальная реальность юбилея Мамина-Сибиряка может быть связана с романом “Приваловские миллионы”. В музее разработан маршрут «Маминский Екатеринбург», который может быть трансформирован в маршрут «По следам «Приваловских миллионов»». Юбилей писателя следует готовить и проводить по проектной технологии, так, чтобы реальность литературного произведения вторгалась в современную пространственную среду города. Здесь, возможно, следует развить идеи выставки, созданной к 125-летию романа в 2008 г., и воплотить их в новом формате реального городского пространства.

Насыщение региона литературным содержанием через различные творческие проекты позволит создать и развить новые культурные

практики, превратить регион в своеобразный литературный тематический парк. Такой парк в нашем городе логично встраивается в готовую систему Объединенного музея писателей Урала. Создание заповедника на базе музея подчеркнет стилистическую завершенность Литературного квартала. Единство стиля нашего музея обусловлено взаимосвязью и взаимодействием всех экспозиций. Все экспозиции музея в целом представляют собой своеобразный гипертекст о литературе Урала. Каждая из постоянных экспозиций музея отсылает к временным выставочным экспозициям. Каждый из филиалов музея связан с другими как статьи энциклопедического словаря. В результате считывать информацию с наших экспозиций можно по-разному: от одного музея к другому, от одной выставки к следующей; смотреть экспозиции подряд или переходить от одной экспозиционной отсылки к другой. Например, из музея Мамина-Сибиряка в музей «Литературная жизнь Урала XIX века» (дом Алексеевой). Настоящий литературный музей должен быть подчеркнута гипертекстовым, т. е. построен так, чтобы постоянно провоцировать именно такой путь прочтения посетителем.

Важной особенностью является точное знание аудитории и четкое представление ожидаемого эффекта. Создавая музей или музейный проект, мы должны четко видеть перед собой посетителя — конкретного человека. Необходимо органично включать наследие в контекст современности, и тогда музей перестанет быть только точечным очагом культуры, он войдет во все сферы человеческого бытия, многомерно пронизывая пространство. Современный музей выступает не транслятором, а платформой для коммуникации, используя технологию вовлечения, соучастия. В этом случае важно не средство коммуникации, а коммуникативный результат и удовлетворение со стороны всех участников коммуникативного процесса. Из этой формулы вытекают проблемы, стоящие перед литературными музеями, которые стремятся быть современными: музею необходимо знать современного посетителя, его притязания и ожидания; музею необходимо знать, для чего создается экспозиция; музею необходимо взаимодействовать с современным литературоведением. Мемориальный литературный музей также способен создать и воплотить инновационные проекты, посвященные какому-либо событию или явлению. Событие рассматривается через личность, через семью. Такая интерпретация придает событию или явлению личный характер, усиливает его антропоцентрическую направленность. В мемориальное поле музея включаются новые объекты показа. Восстанавливается целостный мир культуры отдельной семьи, уклада жизни конкретного сословия.

Мемориальные зоны могут находиться вне мемориальных зданий, однако место, связанное с мемориальной составляющей, активно включает пространство в музейную коммуникацию.

Сегодня важным условием продуктивной работы музеев является вписывание их деятельности в культурные предпочтения на федеральном уровне, так как именно эти предпочтения во многом определяют финансовые ресурсы творческих проектов. В программе фестиваля «Интер-музей-2011» прозвучала тема конкурса музейных проектов «Музей — респектабельный участник рынка интеллектуальных услуг», в котором учитывались комплексный подход и успехи в представлении и продвижении музейного продукта, обеспечившие рост посещаемости и расширение целевой аудитории музея. Рассматривались проекты, связанные с реализацией маркетинг- и менеджмент-планов музея по направлениям: позиционирование музея и создание положительного имиджа музея; создание и расширение спектра музейных интерактивных программ; музейный сувенир и организация музейного магазина; использование возможностей Интернета для привлечения посетителей; дополнительные услуги музея по созданию комфортной среды пребывания посетителей. Это свидетельствует о том, что власть сегодня рассматривает музей как будущий культурный супермаркет. Своя логика в этом есть, так как структуры, финансово обеспечивающие государственные и муниципальные заказы, мыслят категориями цены, а не ценности. Здесь важно найти и определить то золотое сечение, которое не позволит превратить музей в очередной развлекательный центр, а усилит аутентичность и неповторимость восприятия культурного наследия современным посетителем.

«Литературизация или беллетризация» региона (по словам А. А. Щербаковой) вполне будет способствовать решению задачи конвертации реального капитала в символический и соединению культурных возможностей литературного музея, киноиндустрии, информатизации, исторической реконструкции. Воплощать подобные идеи следует через партнерские проекты, в которых музеи и другие учреждения культуры объединяют свои усилия для того, чтобы превратить пребывание жителей и гостей в регионе в увлекательное, познавательное, интересное и веселое путешествие по жизни.

1. «Музей живой книги» : сайт Объединенного музея писателей Урала [Электрон. ресурс]. URL: www.kniga.ompu.ug.ru